



华泰汽车 年产能达 50 万辆 利用率仅为 10%

拥有 50 万辆的产能,销量却仅为 10%,这一组不对等的数字背后,华泰汽车将何去何从? 分别于 2008 年和 2009 年到手的云南曲靖和湖南宁乡的基地,占地面积分别达到 6000 亩和 5000 亩的规模,5 年的时间过去了,两大基地仍未正式实现整车生产。

将鄂尔多斯工厂的 35 万产能和山东荣成工厂的 15 万产能加在一起,目前华泰汽车在国内拥有约 50 万辆的产能。然而其中两个工厂的总计划产能可达 200 万辆。四大基地中协发工业的数据显示,2012 年华泰仅销售了 3.4 万辆汽车,就算按照华泰公布的 5 万辆销量来看,其产能利用率也仅为 10%。

面对较低的产能利用率,华泰似乎并没有停止继续扩张的意识。加上在云南曲靖和湖南宁乡建设的两个项目,华泰汽车达到将近 1.8 万亩的总基地面积。

四处工厂中仅两家正式生产整车

据了解,目前华泰汽车的生产基地遍布山东、内蒙古、云南和湖南,其于 2000 年投产的山东荣成生产基地计划产能可达 15 万辆。2006 年投产的鄂尔多斯基地计划产能可达 35 万辆。此后 3 年当中,位于云南曲靖和湖南宁乡的基地也得到审批。

在以上覆盖南北四地的基地中,仅有荣成和鄂尔多斯两大生产基地承担了目前华泰五款在售车型的生产任务。其中荣成基地主要生产华泰 B11、宝利格以及圣达菲,而鄂尔多斯基地则负责特拉卡和刚刚上市不久的路盛 E70 的生产。另外两大基地并未正式实现整车的生产,利用率十分有限。

年产达到 50 万,仅能卖出 10%

在具备 50 万辆总产能的同时,华泰在 2012 年却仅卖了 5 万辆的整车,去年产能利用率仅为 10%。而按照仅凭荣成工厂便可达到 15 万辆的年产能来看,其余大多数产能的闲置情况可想而知。

于大多数自主品牌遇到的情况类似,在糟糕的整体销量下,华泰内部产品线的市场表现也严重失衡。2012 年,华泰特拉卡与 B11 仅分别销售了 400 辆和 100 辆,不过宝利格却达到了 6700 辆,而销量最好的圣达菲甚至达到了 2.69 万辆。

对于任何一家汽车制造商来说,产能过剩和产品销量失衡都不是一个利好的消息。曾经跑马圈地的手段在今天也日益暴露出诸多问题。根据市场找准旗下产品的定位,通过提升产品力和服务品质刺激需求,以此释放过剩产能才是自主品牌当务之急。

锡柴奥威 11 升发动机 热销重卡市场

今年 1 至 4 月份,一汽解放锡柴奥威 11 升发动机销量同比增长 17.6%,其中 4 月份的销量同比增幅为 169.4%,以快速增长的势头显露出强劲的市场爆发力。以奥威 11 升发动机为动力的解放 J6 重卡目前在安徽、河南、河北、辽宁、江苏等多个省份呈现热销局面,各地经销商和终端用户踊跃订购。辽宁盘锦瀚海石油化工有限公司一次性订购了 45 辆奥威 11 升发动机解放 J6 车;安徽一物流公司该系列车型的保有量已超过 400 辆;河南有不少个体用户的连续购买量达到 30 辆以上。

奥威 11 升发动机是一汽解放锡柴瞄准重卡市场开发的高端动力产品,其强劲、省油、可靠、舒适、安全等特点与解放 J6 重卡超强的装载能力和优越的驾驶性能形成完美组合,自投放市场以来,受到用户的广泛青睐,销量持续攀升。为了进一步促进奥威 11 升发动机解放 J6 重卡销售增量,一汽解放销售公司、锡柴厂与各地经销商联手,通过开展推介活动、加强终端维护 and 强化服务保障等方式进行产品推广和市场开拓。今年,已先后在安徽阜阳、四川乐山等地成功举行了“解放 J6 奥威 11 升发动机终端推广观摩交流会”,通过产品现场展示以及销售状元和忠诚用户的现身说法,宣传产品的性能特点和品质优势。下一步还将在更多的市场区域开展更多形式的推广活动,扩大奥威产品的品牌影响力,使解放 J6 重卡及奥威 11 升发动机的市场地位更加稳固。(鲍贵林 何广山 贺进)

海马汽车 自主研发逆袭 打破重组预期

不突破或将被重组

这是海马汽车自 2006 年与马自达分道扬镳后,首次宣称进入全面自主研发时代,海马汽车将其称为“自主 2.0 时代”。

在与马自达合作关系断裂之后,海马汽车后来新推的产品一直没有什么好的表现,无论是福美来、丘比特还是骑士,受制于技术实力以及品牌差距方面的原因,客户购买意向始终不高。从海马汽车独立后的销售数据看来,连年 12 万辆左右的销量使海马汽车在自主品牌列位中始终排名靠后。

此种境况,不突破面临的或许就是被兼并重组。

上海车展上海马 M3、S7、M6、M8 四款新车的集中亮相让人看到了海马汽车的复苏。海马汽车表示,从 2013 年到 2015 年,将有涵盖从 A0 级到 B 级,包括轿车、MPV 到 SUV 三个品类十款新车型,在新平台上陆续推出,而这些产品全都由海马上海研发中心开发完成。如此密集的海马上海研发中心马正在逐步完成从以福美来、普力马为代表的旧产品平台向新产品平台的更新。

同时,海马汽车也发表了全新的整体战略规划。“在战略规划上,海马将围绕‘五个一’来展开,即一个品牌、一个产品规划、一个研发中心、一个营销网络、一个质量控制体系。”海马汽车总裁秦全权对该战略规划做出了阐释。

急寻福美来的替代品

从海马汽车历年的销量数据可发现,福美来车型从海马脱离马自达初期至今,一直承载着海马汽车单车型的最大销量占比。2006-2009 年,福美来销量均占海马汽车整体销量 80%以上,可到 2010-2012 年,福美来销量占比则大幅下降到 50%左右。个中原因,除了海马骑士和丘比特的崛起



分散了销售占比之外,消费者对已经销售了 7 年的福美来也逐渐丧失了购买意愿。

而福美来销量的大幅下降也是致使海马汽车整体销量下降的主要因素。海马汽车要提振销量的关键就是要生产出下一个福美来,这就是海马 M3。

海马汽车副总经理、海马汽车销售公司总经理吴刚认为,海马汽车销量下滑的关键原因在于,海马这几年一直没有一款可以进入自主品牌核心市场区间的拳头产品。M3 正好填补了海马多年来在产品布局上的这一缺憾。

M3 作为海马开启自主 2.0 时代的冲锋车型,被寄予了“成为一款销量超过 10 万辆的车型”的目标。说出这销量目标的时候,吴刚显得信心十足,“截至新车上市第一天,海马 M3 的全国订单量已超过 1.1 万个。”对于独立前期在车型平台上过于依赖马自达“技术遗产”的海马而言,M3 的上市,意味着海马将丢掉马自达拐杖,根据自己设定的目标客户群量身打造全新的 A 级车平台。

“我们现有的很多产品,包括普力马、福美来,这些产品实际上都是在之前马自

达平台的基础上进行开发的。进入 2.0 时代以后,这些老的平台我们基本上会弃用。”

海马汽车销售公司副总经理李伟胜向记者表示,“我们有很多新的平台,淘汰掉一些老的产品,例如海福星,或对原有的平台进行升级,例如我们会为福美来、普力马这两个平台打造全新的产品。”

新产品毫无马自达印记

海马汽车早在 2006 年就结束了与马自达长达 15 年的合作关系,步入自主阵营。但由于海马汽车取巧沿用了“海南马自达”时期的品牌简称——“海马”,以及生产的车型都是来自马自达的平台,海马汽车在独立后的很长一段时间内还经常被认为是马自达的合资企业。

受此困扰的海马汽车早已意识到活在马自达的“阴影”下,对海马的长期发展是一种阻滞。在 2008 年,从福美来 2 代换上海马鲲鹏标开始,海马汽车在内部提出的“去马自达化”进程正式启动。

吴刚表示,“我们提出的‘去马自达化’只是希望能够按照中国客户的需求来全新开发产品。”但是海马汽车的自主创新之路

共襄中国新未来 沃尔沃汽车荣膺 2013 财富全球论坛官方合作伙伴

2013 成都财富全球论坛开幕已经进入倒计时。日前,全球著名豪华车企业沃尔沃汽车集团,正式宣布成为这一顶级峰会的官方合作伙伴。届时,沃尔沃 S80L 将提供 200 辆旗舰车型——沃尔沃 S80L 作为官方指定贵宾用车,为各国政要及商业领袖提供尊贵备至的出行服务,并配合此次财富全球论坛“中国新未来”的主题,承办“未来的交通”汽车产业分论坛。沃尔沃汽车董事长李书福先生作为中国企业家的杰出代表将携沃尔沃全球管理团队出席成都财富全球论坛的重要活动。

伴随着正式成为《财富》全球论坛合作伙伴,沃尔沃汽车在华的发展也即将进入新的历史阶段。除一季度以 26.6%的同比增长率领一体化豪华车市场之外,沃尔沃汽车在华整体工业布局也在稳步推进,成都生产基地的各项基础设施建设和团队人员组建已进入最后阶段。随着品牌力、产品力和竞争力的持续提升,沃尔沃汽车正以快速崛起的姿态稳步迈向品牌复兴。

驭见未来,沃尔沃 S80L 担当论坛指定贵宾用车

此次担纲论坛指定贵宾用车的沃尔沃 S80 系列车型拥有璀璨而悠久的传奇历史,一直被全球政要名流所青睐。不仅是瑞典、西班牙等国的皇室座驾,还曾效力于瑞典女王王储婚礼、荷兰国王加冕、2011 年中国两会等全球瞩目的峰会与庆典。

在“以人为尊”品牌精髓的指引下,现款 S80L 在全球领先的安全科技和洁净的



车内空气基础上,呈现出与时代同步的斯堪的纳维亚设计风格,其低调雍容的外型气度与参与论坛的各界政商领袖风范相得益彰,而突出的人体工程学则创造出舒适安静的思考与休憩空间。

指点趋势,沃尔沃全球管理团队与政商领袖论道成都

以沃尔沃汽车集团董事长李书福,沃尔沃汽车集团总裁兼首席执行官汉肯·塞缪尔森(Hakan Samuelsson),沃尔沃汽车集团产品战略及产品线管理高级副总裁莱克斯·克斯梅克斯(Lex Kerssemakers)为代表的沃尔沃全球核心管理团队将出席《财富》全球论坛,与众多世界 500 强企业掌门和中国商界领袖论道“中国新未来”。

新歌 MV 演绎甜蜜爱情 好声音金志文携手郑州日产帅客

6 月 2 日,“好声音 金志文,好幸福 帅客”——郑州日产帅客巡展暨免费体验活动在山东郑州日产广场开展。中国好声音学员金志文将加盟此次巡展活动,并将首次发布为郑州日产旗下东风品牌 CDV 车型帅客量身定制的最新单曲《自由空间》及歌曲 MV。此次巡展不仅将为广大中国好声音的观众提供零距离接触的机会,同时还可以让消费者对于帅客的优越性能进行深度体验。

低调、深情、自信,是金志文在 2012 年中国好声音的舞台上给人留下的印象。一曲高亢激昂的《为爱痴狂》不仅打动了全国观众,在结尾处流下的男儿泪更是道出他出道 10 年来的心酸。在参加中国好声音之前,金志文只是一个身居幕后的编曲人,曾

经为其他歌手制作了很多脍炙人口的歌曲,自己却从未成为舞台的主角。为了实现自己的梦想,他勇敢挑战自我,登上了高手云集的选秀舞台。台下貌不惊人的他,一开口就俘获了评委和观众的心。华丽的高音、独特的嗓音,对歌曲的另类诠释,让他一路过关斩将赢得了总决赛第四名的好成绩。

幸福也是金志文的另一个代名词。如今事业成功的他,和女友金兰 8 年的爱情长跑也终于修成正果。去年 12 月携女友步入婚姻殿堂之后,今年 6 月他们即将迎来一个小生命的诞生。此次活动,他即将首发的新歌《自由空间》及 MV 就演绎了他从默默无闻到功成名就的真实经历,并晒出了他和妻子即将迎来一家三口的幸福生活。

正如这段歌词,“自由自在,畅行在这世界;你在我身边,不畏艰难”。驾乘着舒适、安全和大空间,金志文自由无阻地走在追求梦想的道路上,并享受着家庭生活带来的幸福、满足。事业成功、家庭幸福的金志文和帅客所倡导的“为幸福而来”的理念完美契合,成功诠释帅客带给人的幸福感受。

据悉,除了金志文的精彩亮相,郑州日产还将通过实车解剖的方式上演帅客和微客升级小商务车的终极比拼,让消费者直观感受郑州日产东风品牌 CDV 车型帅客的舒适、安全和大空间。而“帅客三宝”的闯关游戏,将为消费者提供获得免费体验帅客机会的多重惊喜大奖!

2009 年,郑州日产首次推出帅客,基于



作为具有全球化思维的中国商业领袖代表,沃尔沃汽车集团董事长李书福先生除参加主论坛之外,还将出席 CCTV 主办的区域发展论坛和“赢在中国市场”分论坛,与多名政商领袖纵论全球财富发展,分享在文化融合与运营开拓中的亲身经历,并对中国中西部经济发展趋势发表观点。

作为安全、环保、智能驾驶等领域的先行者与全球领导者,沃尔沃汽车以“未来的交通”为主题,举办汽车产业分论坛,在分享多年来创新理念思考与科技研发的基础上,与来自各国的汽车行业专家(Lex Kersemakers)进行深入的互动与探讨。

主场崛起,沃尔沃开创时代财富背景下的复兴范本

并非想象中的顺利。独立单飞的海马汽车如何解除自身马自达的基因,一直受到业界质疑。

2006 年海马汽车由合资转为自主时,正赶上国内车市井喷的黄金时代,但自主刚起步的海马一时拿不出太多车型,失去了扩大市场的机会。在最艰难的 2008 年,海马全年销量仅为 8.4 万辆,其中福美来一款车就销售 7.4 万辆,其余车型的总销量在整体销量的比例不足二成。后继新车型的竞争力量微弱,使得海马销量过度依赖单一款车型,整体销量时刻处在崩盘的危险境况中。

“海马从 2006 年开始走上自主之路,到现在已经有 7 年时间。之前也推出不少车型,但是之前的产品更多的是在模仿。”李伟胜坦言,随着自主 2.0 时代到来,海马全新产品占其总销量的比重有望进一步提升。

在经历了福美来 3 代、新普力马之后,海马汽车通过丘比特、骑士、海马王子等产品不断加深海马的自主品牌形象,直到海马 M3,海马汽车可以说终于实现了质的飞跃。吴刚表示,与其他自主品牌相比,海马多了一个与国际品牌合作的经历;从自主发展来讲,海马走向自主之路晚于其他品牌。“我们这几年一直没有一个进攻到自主品牌核心市场区间的产品,海马 M3 上市以后,对于海马大规模的销量增长,特别是带动全产品线入市有一个很好的标杆作用。”

除了强化现有产品线外,海马还意在品牌和渠道上完成资源的全面整合,海马汽车所有产品将由同一个网络销售并提供服务支持。同时,两个基地使用同样的质量标准。

海马汽车用了 7 年的时间去适应离开马自达的日子,此番大规模变革让业界看到了海马汽车“去马自达化”的阶段性胜利。此次的全面转型成功与否,我们只能交给市场去检验。

(龙翠萍)

随着中国豪华车竞争的加剧,在中国举办的全球顶级政商论坛俨然成为豪华车品牌看不见硝烟的战场。财富全球论坛一直被誉把握世界经济走向最清晰、最直接的窗口。而生产基地即将落户成都的沃尔沃汽车一展主场气势,成功携手这一顶级峰会,更映衬了沃尔沃汽车在中国全面崛起的强劲势头。

6 月的成都热情似火,伴随着财富全球论坛的召开和中国成长战略的切实推进,沃尔沃汽车正呼应着中国经济的脉搏,把“中国成长战略”定位为全球商业战略和品牌复兴计划的核心,以多元化借根的方式与中国经济发展形成同步。凭借实际的经验,进入快速发展阶段的沃尔沃汽车,必将为全球财富界投身中国及中西部经济腾飞提供卓越范本。

(段毅 陈瑜 胡晓丰)



◎金志文驾驶郑州日产帅客

B 级轿车平台及“一车抵三车”的优势,赢得了好评。据了解,今年帅客巡展活动将在系列重点城市开展:好声音的倾情加盟、生动有趣的现场展示势必会让微客升级小商务车市场风云再起。想要感受好声音金志文激情四射的火爆现场吗?想要把帅客免费带回家体验吗?6 月 2 日郑州日产与你相约济南万达广场,帅客和微客升级小商务车的巅峰对决等你来见证!

(于丹)